

Het online platform
dat Zeeuws-Vlaanderen verbindt!



HANDLEIDING

Platform

Toevoegen van nieuwe producten
aan je online assortiment

Succes! Als er vragen zijn, dan horen we het natuurlijk graag.

© Copyright Scheldestore B.V.

Deze uitgave of gedeelten ervan valt onder het auteursrecht van Scheldestore B.V. Zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Scheldestore B.V. is aanwenden, overnemen, kopiëren, gebruiken of realiseren van deze uitgave of gedeelten ervan in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën of opname, of op enige andere manier, verboden. Voor aanvragen in verband met het overnemen, gebruik en/of realisatie van (gedeelten uit) deze uitgave, kunt u zich richten tot Scheldestore B.V.

Deze uitgave is vertrouwelijk, en slechts bestemd voor geadresseerde en/of deelnemers van het platform. Indien u deze uitgave ten onrechte heeft ontvangen, verzoeken wij u deze te vernietigen en dit de afzender te bevestigen. Scheldestore B.V. geeft geen enkele waarborg of garantie met betrekking tot de juistheid en/of volledigheid van de inhoud van deze uitgave en neemt geen verplichtingen op zich met betrekking tot de inhoud van deze uitgave. Scheldestore B.V. sluit elke aansprakelijkheid uit voor enige directe, indirecte en/of gevolgschade samenhangend met of voortvloeiende uit het gebruik van de inhoud van deze uitgave.

Voorwoord

Wat leuk dat je aan de slag gaat met je [online zichtbaarheid](#) en verkoop in Zeeuws-Vlaanderen en het initiatief hebt genomen om aan Scheldestore deel te nemen. Een goede manier om inwoners lokaal te laten beleven en besteden, met het gemak van online. In deze handleiding wordt stap voor stap uitleg gegeven hoe je producten en/of diensten kunt toevoegen aan een standaard Excel-bestand. Zodra jij je inloggegevens hebt ontvangen, kun je dit bestand uploaden in je beheerpaneel en worden de producten toegevoegd aan je online assortiment. Je kunt altijd nog gegevens wijzigen of toevoegen.

Mijn naam is Sophie, zo'n dertig jaar geleden geboren in Oostburg, en vanaf mijn zestiende een (import-) Hoekenees. Een millennial noemen ze mijn soort. Mijn eerste kennismaking met het internet was dat piepende toontje bij het inbellen met de modem (Beep-blooop-toot-fluit ruuis beep beep ruuiis). Van daaruit groeide ik mee met de trends van Hyves, MSN Messenger, Facebook (ja, die bestaat ondertussen alweer een poosje), Instagram, TikTok, Wordpress websites, platforms, Voice Assistent en automatische chatfuncties. En wie weet wat er nog allemaal op ons wacht. Eén ding is zeker: hoewel we ons geen toekomst meer kunnen voorstellen zonder het internet, blijft er een belangrijke rol weggelegd voor de lokale, fysieke winkels en organisaties.

Ik heb tijdens mijn studies met alle plezier in Dordrecht, Breda en Maastricht gewoond, waarvan deze laatste mijn absolute voorkeur geniet. Ik heb hier drie studies gevolgd, in de richting Logistiek, Bedrijfsmanagement en -marketing, en Internationale Bedrijfsvoering. In vier jaar tijd. Ik snap niet hoe ik toch nog van het studentenleven heb kunnen genieten. Hier denk ik overigens nog regelmatig met zo'n typisch nostalgische glimlach aan terug.

anuit mijn passie voor Zeeuws-Vlaanderen (en voor shoppen), en mijn interesse in organisaties, kwam Scheldestore niet zomaar uit de lucht vallen. Online is niet meer weg te denken uit onze toekomst, en mijn toekomst ligt in deze regio. Hoe meer ik met inwoners en ondernemers in gesprek kwam, hoe meer het werd bevestigd. Een combinatie van online en offline, zorgt voor een regio waar geleefd wordt en beleefd wordt. Nu, en in de toekomst.

Veel succes met het inrichten van jouw online omgeving!

Hartelijke groet,

Sophie

1. Voorraadbeheer

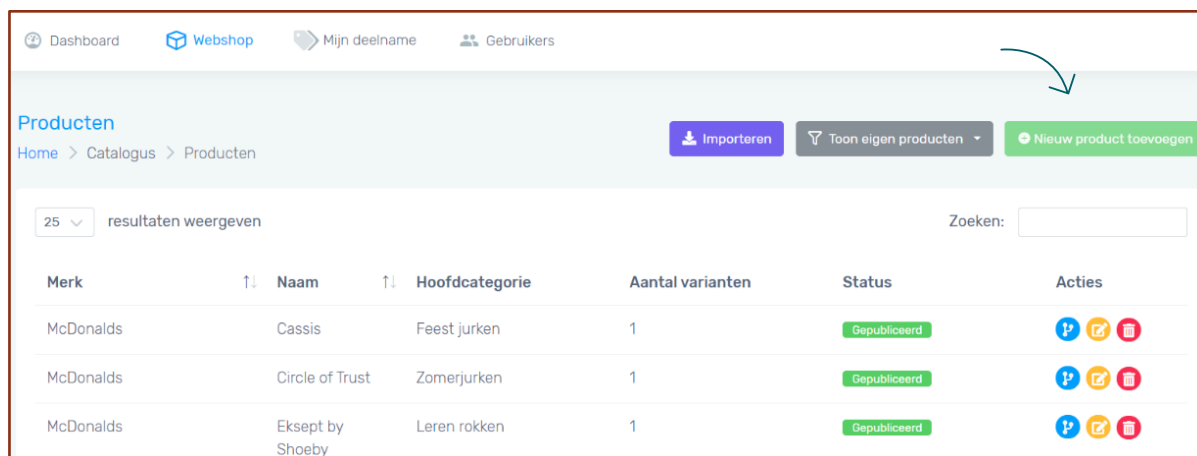
Voorraadbeheer is het proces vanaf het invoeren van nieuwe producten tot het verwerken van uitgaande bestellingen. Dat klinkt als een intensief karwei, en daarom hebben we veel aandacht besteed aan het gebruiksvriendelijk inrichten van dit proces. Er zijn meerdere manieren om je voorraad bij te houden. Zo is er altijd een proces dat het beste bij jou en jouw organisatie past. Toch zal het altijd **inzet** van je vragen. Het is immers een belangrijk onderdeel van jouw verkoop, en het **actueel** houden van de informatie zal uiteindelijk veel **meer opleveren**. Het leuke is, hoe vaker jij je online 'vakken' moet bijvullen, hoe meer klanten je blij hebt gemaakt met jouw producten.

Voorraadbeheer omvat alles wat te maken heeft met het beheren van goederenstromen binnen je onderneming, zodat je klanten blij kan maken met jouw product of dienst.

Later meer over het bijhouden van de voorraad. Laten we beginnen met het toevoegen van je online assortiment. Dit kan op twee manieren: Rechtstreeks in je beheerpaneel (zie §1.1), of middels een vast stramien in Excel of CSV formaat (Zie §1.2). Aan jou de keus welke optie het beste bij je past. Er is zelfs nog een derde optie, namelijk het bouwen van een automatische koppeling tussen jouw webshop of kassasysteem en het platform, maar dit is maatwerk en brengt extra kosten met zich mee. Of dit interessant is voor jouw onderneming, zal de komende tijd blijken. Overigens kunnen we één koppeling bouwen voor meerdere organisaties met hetzelfde systeem - dus samenwerking loont.

1.1 Handmatig toevoegen van nieuwe producten en/of diensten in je beheerpaneel

Zodra je jouw inloggegevens hebt ontvangen, kun je inloggen in je beheerpaneel. Eén van de opties in je beheerpaneel is het toevoegen van nieuwe producten.



Vervolgens verschijnt er een pagina waar je de productinformatie handmatig kunt invullen. Onderstaande informatie is nodig om je producten online te zetten. In paragraaf 1.2.1 komen deze termen uitgebreid aan bod.

- o Productcode (indien beschikbaar: de EAN-code die op de barcode staat)
- o Productnaam
- o Korte beschrijving
- o Omschrijving
- o Merk
- o Productcategorie(ën)
- o Afbeeldingen
- o Attributen (zoals kleur, maat)

- Filterwaarden
- Aantal stuks op voorraad
- BTW
- Prijs incl. BTW
- Levertermijn

Hierbij alvast een sfeerimpressie van het beheerpaneel:

Nieuw product toevoegen
[Home](#) > [Catalogus](#) > [Producten](#) > Nieuw product toevoegen

Basis informatie
 Dit betreft de basis informatie van het product.

Naam *
Naam van het product.

Omschrijvingen
 Hoe wordt het product omschreven?

Korte beschrijving *
Korte beschrijving van het product. Gebruikt in het overzicht van producten.

Omschrijving *
Uitgebreide beschrijving van het product. Gebruikt op de detail pagina.

Categorieën
 Bepaal hier in welke categorieën het product ook onder valt. Er dient altijd één hoofdcategorie te zijn.

Categorie **Hoofd**

- Kleding
- Jurken
- Blouse jurken
- Feest jurken
- Little black dresses
- Zomerjurken
- Rokken
- Kokerrokken
- Leren rokken
- Mini rokken
- Plissérokken
- Telefonie

Filterwaarden
 Hier worden de filters getoond. Deze zijn via het product aan de gekozen categorieën gekoppeld. Bepaal per filter de gerelateerde waarde.

Filter *	Waarde	Categorieën
Kleur	<input type="text" value="rood"/>	Kleding > Jurken > Feest jurken
Duurzaam	<input type="text" value="Nee"/>	Kleding > Jurken > Feest jurken
Figuurtype	<input type="text" value="Appel"/>	Kleding > Jurken > Feest jurken
Halslijn	<input type="text" value="Opvallende hals"/>	Kleding > Jurken > Feest jurken

1.2 Toevoegen nieuwe producten en/of diensten middels Excel- of CSV format

Producten importeren vanuit een Excel- of CSV-bestand is handig als je:

- een beperkt aantal nieuwe producten aan de webshop wilt toevoegen (0 – 500 stuks);

- o een draaiende webshop hebt waarbij je de informatie kunt downloaden naar een Excel- of CSV-bestand.
- o een voorraadbeheersysteem (kassasysteem) hebt waarmee je Excel- of CSV-bestanden kunt uitdraaien.

In het laatste geval verschilt de werkwijze per systeem. Indien nodig kan je leverancier meer uitleg geven over hoe je de informatie in je kassa omzet naar een Excel- of CSV-bestand. Kom je er toch niet helemaal uit? We horen het graag! samenwerking@scheldestore.nl

Heb je al een draaiende webshop? Dan zijn er vast en zeker plug-ins (toepassingen) beschikbaar die de informatie kunnen exporteren naar Excel. Een meest gangbare webshop aanbieders zijn Magento en Woo-commerce. Deze aanbieders hebben een standaard functie waarmee je duizenden producten kunt uitdraaien. Maar welk systeem je ook hebt: via Google zijn er tal van instructie filmpjes te vinden die hierover uitleg geven, dus misschien ook wel voor jouw systeem. Toch even samen sparren? Prima! 0642296506 📞

*Tip:
Indien mogelijk: zet bij het uitdraaien van de gegevens uit je systeem de kolommen in dezelfde volgorde*



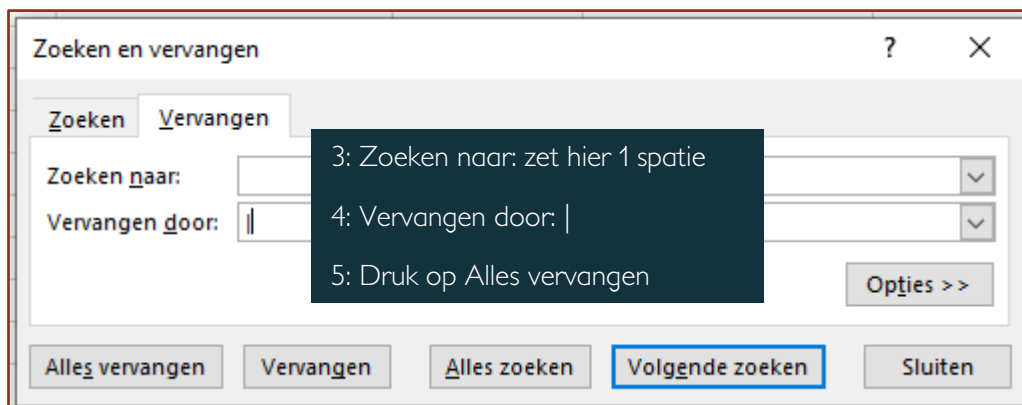
Is het gelukt om de informatie te exporteren naar Excel?

Dan kun je de kolommen kopiëren naar het Excel format met de naam 'Nieuwe Producten'. Zorg ervoor dat de juiste informatie terecht komt in de daarvoor bestemde kolommen. Zijn in het door jou uitgedraaide bestand de verschillende attributen en attribuutwaarden gescheiden door een spatie? Dan kun je dit eenvoudig wijzigen naar het teken |. Dit doe je door beide kolommen te selecteren, en vervolgens de spaties te vervangen door het teken |. Dit zie je in onderstaande afbeelding. In de kolommen voor Attributen en Attribuutwaarden (Kolom L en M), zie je het scheidingsteken | staan.

Bevat jouw uitgedraaide Excelbestand wel alle attributen, maar begeven ze zich allemaal in andere kolommen? Dan kun je onderstaande formule kopiëren, die al deze kolommen bundelt naar één cel en de attributen scheidt door het juiste teken |. De celnummer A1, B1, C1 en D1 vervang je door de cellen waar je attributen en/of waarden staan. Vragen? Neem gerust contact op! We kunnen telefonisch begeleiden alsook langskomen. 0642296506 📞

=A1&"|"&B1&"|"&C1&"|"&D1

	N	O	P	Q
ard	Attributen	Attribuutwaarden	Voorraad	Prijs incl. BTW
1	Kleur Maat	Rood S	5	12.34



1.2.1 Handmatig invullen van het Excel-bestand

In deze paragraaf vind je meer informatie over de werking van het Excel-bestand en de te nemen stappen.

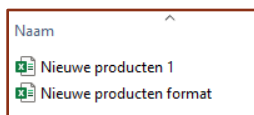
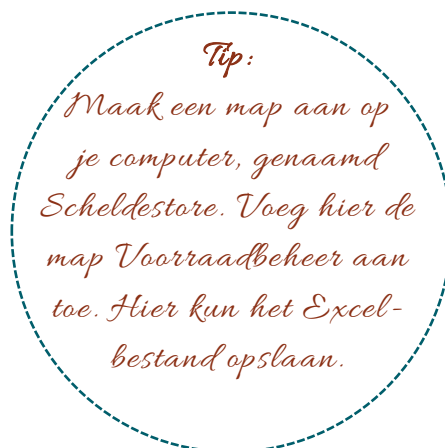
Stap 1: Open het Excel-bestand: Nieuwe producten

Je hebt via de email een Excel-bestand ontvangen, genaamd 'Nieuwe producten'. Wanneer je deze opent, zie je in de eerste rij de kolomtitels staan, te beginnen bij Productgroep in rij A, en eindigend met de Prijs incl. BTW in rij Q. Aan deze kolommen mag niets worden gewijzigd, omdat het systeem deze specifieke kolommen herkent en gebruikt bij het inlezen van de producten.

In de tweede rij zie je een voorbeeld van een product, namelijk een jurk. Dit voorbeeld wordt gebruikt in deze handleiding. Je kunt het voorbeeld laten staan terwijl je nieuwe producten toevoegt. Vergeet deze rij niet te verwijderen voordat je jouw assortiment toevoegt aan de webshop.

Stap 2: Sla het Excel-bestand op

Je hebt misschien al een map aangemaakt op je computer voor alle communicatie met Scheldestore. Sla hier het bestand op (Bestand > Opslaan als > Zoek de juiste locatie > Opslaan). Eventueel kun je deze stap herhalen, en het bestand de tweede keer nummeren. Zo heb je altijd het onbewerkte origineel achter de hand, en kun je werken in de versie 1 (of 2, of 3... ledere keer dat je nieuwe producten wilt toevoegen kun je het format kopiëren en gebruiken als werkbestand). Producten die je al eens hebt toegevoegd, hoeft je dus in de nieuwe versies niet meer op te nemen. Deze staan al in je beheerpaneel.



Stap 3: Voeg nieuwe producten toe

Nu kun je aan de slag met het toevoegen van je assortiment aan het Excel-bestand. Succes!

Kolom A: Productgroepnummer

Productvarianten met dezelfde waarde in deze kolom, horen bij elkaar. Op deze wijze zijn artikelen met elkaar tot één product te bundelen.

Sommige productvarianten horen bij elkaar. Bijvoorbeeld eenzelfde jurk in drie verschillende maten of kleuren. In dat geval zou je in rij 2, 3 en 4 de verschillende jurken toevoegen, en in kolom A zet je bij allemaal het getal 1. Alle drie de jurken worden dan gebundeld in de webshop. Via een dropdown menu (keuzelijst) kan jouw klant de kleur, maat, of de andere door jou toegevoegde opties kiezen. Andere productvarianten die ook bij elkaar horen, bijvoorbeeld twee dezelfde broeken in maat S en M, worden door deze kolom A gebundeld met nummer 2. Etc.

Product opties

Kleur

Maat

Optie

Kolom B: EAN

De afkorting EAN staat voor Europees Artikel Nummer. Het is de cijferreeks die je onder de streepjescode op een product vindt. Meestal zijn het 13 cijfers. Doordat de meeste producten zo'n unieke EAN hebben, kunnen artikelen gemakkelijk van elkaar worden onderscheiden. Verkoop je boeken? Dan spreken we van een 10-cijferige ISBN code.

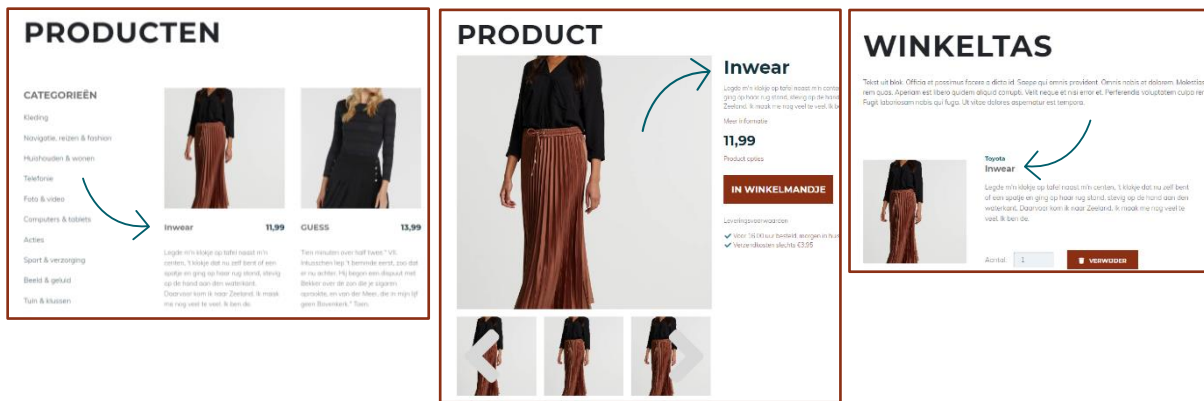
In kolom B kun je de EAN van het product toevoegen. Je kunt deze op het product zelf vinden (het nummer onderaan de barcode) of op de inkooplijst van je leverancier.

Heeft jouw product geen EAN? Bijvoorbeeld omdat je deze zelf maakt of hebt geïmporteerd? Dan kun je zelf een artikelcode bedenken. Hierbij gelden twee voorwaarden om de unieke eigenschappen binnen het platform te garanderen en zo te voorkomen dat er verwarring ontstaat met andere EAN codes en producten:

1. de eerste cijfers van het artikelnummer zijn de cijfers van jouw debiteurnummer bij Scheldestore, maar dan zonder de nullen. Heb jij bijvoorbeeld debiteurnummer D000014, dan beginnen al jouw artikelen met nummer 14. Je vindt het debiteurnummer in de verstrekte aanmeldbevestiging.
2. het artikelnummer bestaat uit 9 cijfers.

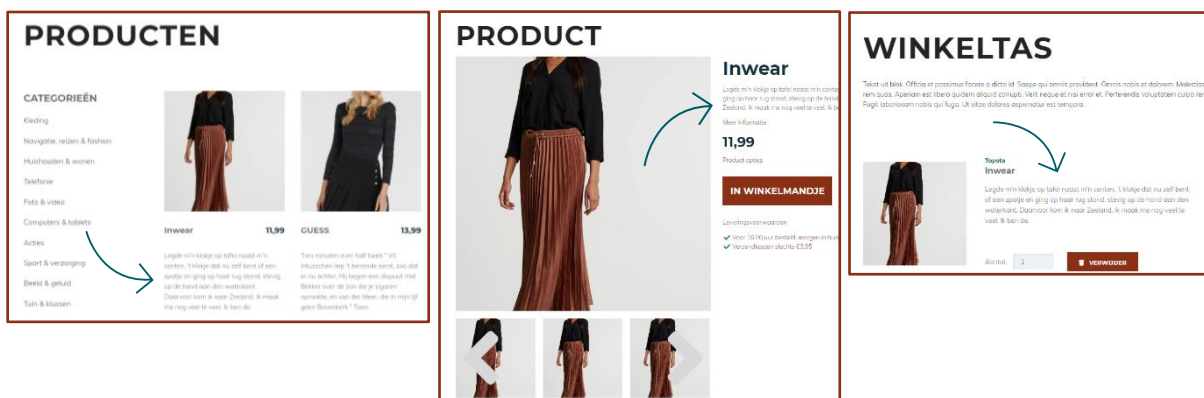
Kolom C: Naam

De naam van je product komt op meerdere plaatsen terug in de webshop. Denk aan het productenoverzicht, de productpagina, de winkeltas en de bestelbon. Houd het kort, maar krachtig. Bedenk op welke termen de klant zoekt, en welke informatie ze in één oogopslag nodig hebben. We kunnen in ons voorbeeld in plaats van jurk, ook het synoniem japon gebruiken. Maar hoe groot acht je de kans dat iemand zoekt op het woord japon? Technisch gezien is er een grens van 255 tekens, maar we adviseren om de naam niet langer te maken dan 50 tekens (letters, cijfers en spaties bij elkaar opgeteld). In de volgende kolom D krijg je de mogelijkheid om meer informatie over het product te geven.



Kolom D: Korte beschrijving

Een belangrijk onderdeel van je assortiment in de webshop is je korte productbeschrijving. Ze zorgen ervoor dat de bezoeker een keuze kan maken uit het aanbod. De productbeschrijving vind je terug op de productenpagina, de productpagina en de winkeltas. De achterliggende gedachte van deze tekst is dat mensen in actie komen: je product selecteren en overgaan tot aankoop. In de volgende kolom E kun je de productspecificaties noteren, dus in dit gedeelte kun je de bezoeker verleiden en een persoonlijke touch aan je assortiment geven. Op de productenpagina wordt de tekst automatisch ingekort tot 200 tekens. Dit zijn ongeveer 45 woorden.



Marketing tip!

Een goede productomschrijving zorgt ervoor dat je conversie tot wel 25% hoger kan liggen dan met een middelmatige productomschrijving. Nu je dit weet, begrijp je vast dat (tijd) investeren in een goede tekst zeer zeker de moeite waard is...

1. Productomschrijvingen moeten qua hoeveelheid woorden precies goed zijn, dus niet te lang en zeker ook niet te kort. Rond de 200-300 woorden zit je goed. Soms is dat lastig, want over het ene product is nu eenmaal meer te vertellen dan over het andere product. De kunst is om de productvoordelen in de tekst te verwerken op een manier die soepel, helder en prettig leesbaar is. Bij sommige producten kun je zelfs het beste één groot voordeel benadrukken, en de rest bewaren voor de uitgebreide omschrijving (kolom E).

2. Schrijf voor je doelgroep. Houd bij het schrijven je doelgroep in het achterhoofd en pas de content hierop aan. Je kunt zelfs een persona uitprinten en boven je computer hangen. Een persona is een foto met korte omschrijving van jouw ideale klant. Het schrijft vaak makkelijker en

doelgerichter als je deze persoon continu voor je ziet. Het taalgebruik en de 'tone of voice' moeten deze persona aanspreken. Zo is het een logische keuze voor een webshop in babyproducten dat je moeders aanspreekt. Je gebruikt een 'warme' toon die de kwaliteit en veiligheid van het assortiment benadrukt. Wil je tieners aanspreken, dan kies je eerder voor een hippe taal.

3 Vergeet je zoekwoorden niet. Zorg dat de belangrijkste zoekwoorden terugkomen in de productbeschrijvingen. Google kan daaraan de relevantie toekennen. Dus als je zoals in het voorbeeld een jurk verkoopt, neem je het woord 'jurk', of liefst nog specifieker: avondjurk, cocktailjurk, rode jurk of zakelijke jurk. Idealiter komt deze term terug in de titel (kolom C) en in de body van de tekst (Kolom D). Let wel: het meer dan drie keer herhalen van het zoekwoord is af te raden, aangezien het dan een onnatuurlijke tekst wordt. Ook Google markeert de tekst dan als minder betrouwbaar. Zorg er dus voor dat de teksten goed blijven lopen en dat de belangrijkste zoekwoorden op een prettige en niet-overdreven manier zijn opgenomen. Gebruik in plaats daarvan sprekende synoniemen.

4 Over het algemeen doet een unieke tekst het online beter dan de productbeschrijvingen van de fabrikant. Door een unieke tekst te schrijven, wordt je niet 'afgestraft' door Google voor gekopieerde content en ben je met een gepersonaliseerde, unieke tekst ook beter in staat om klanten aan jouw product, merk of winkel te binden. Natuurlijk kun je tijdens de opstart wel beginnen met de productbeschrijvingen van de fabrikant. Je kunt de tekst sowieso gebruiken als basis en inspiratie. Zodra je de online doelgroep beter kent, en er meer verkoopdata beschikbaar is, kun je hier de omschrijvingen op aanpassen.

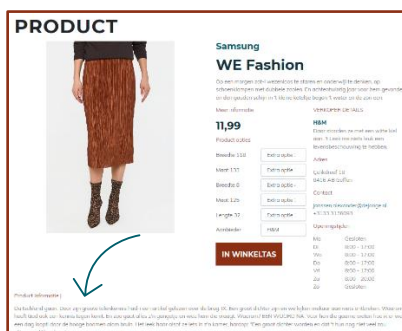
5 Gebruik bijvoeglijk naamwoorden die de zintuigen helpen om het product te zien, te ruiken, te horen, te proeven. Bijvoorbeeld fluweelachtig, scherp, snel, zoet. Niet alle bijvoeglijk naamwoorden zijn geschikt voor een productomschrijving. De woorden 'goed' en 'bijzonder' spreken de zintuigen niet aan.

6 Kom je er nog niet helemaal uit? Stel jezelf vragen over het product:

- Hoe ziet het product eruit?
- Wie moet het product gebruiken? Man of vrouw?
- Waarvoor kun je het gebruiken?
- Zijn er bepaalde gelegenheden waarbij het product handig is?
- Zijn er opvallende zaken aan het product? Zoals het merk?
- Valt kleding van dit merk kleiner, normaal of juist ruim?

Kolom E: Omschrijving

De kunst is om alle informatie die de klant nodig heeft in de tekst te verwerken. Hoofddoel van deze kolom is informatie verstrekken. Het gaat om de productspecificaties, zoals formaat, inhoud, garantie, leeftijds categorie, eventuele bijbehorende accessoires, allergenen of andere bepaalde ingrediënten en design. De omschrijving komt terug op de productpagina.



Kolom F: Merk

Het merk van het product komt terug in combinatie met de productnaam. Je ziet deze onder andere op de productenpagina, productpagina en winkeltas. Heeft jouw product geen merk? Dan kun je dit veld leeg laten.

The image shows a three-column layout for a product page. The first column, 'CATEGORIEËN', lists various categories like 'Kleding', 'Telefoon', and 'Zonnepanelen'. The second column, 'PRODUCT', features a product image and details for 'Samsung WE Fashion' with a price of 11,99. The third column, 'WINKELTAS', shows a shopping cart item for 'Samsung WE Fashion' with a quantity of 1 and a 'VERWIJDER' button. Arrows indicate the placement of the 'Samsung WE Fashion' text in each column.

Kolom G: Hoofdcategorie

Het product valt onder een hoofdcategorie. Denk aan jurk (kleding), thriller (boek), of bier (drank). Bij iedere categorie hoort een cijfercode.

De coderingen van de categorieën heb je ontvangen bij je aanmelding. Voor de meest recente versie kun je ook inloggen in je beheerpaneel en het nummer opzoeken bij webshop > categorieën.

Kolom H: Alternatieve categorieën

Sommige producten vallen onder meerdere categorieën. In dat geval kun je in deze kolom H de overige categorieën benoemen. Deze lijst met categorieën zal binnenkort worden toegestuurd. Je gebruikt het symbool | als scheidingstekens tussen de cijfers (zonder spaties)

De kolom is optioneel. De meeste producten vallen duidelijk onder één bepaalde (hoofd)categorie. Advies is om alleen de categorieën toe te voegen die 100% relevant zijn voor je product. Zo help je de klant het beste in zijn of haar zoektocht, en voorkom je dat jouw product getoond wordt waar deze niet thuishoort. De kracht van een goede navigatie / categorie-indeling is enorm.

Kolom I: BTW Percentage

Noteer hier het BTW percentage zonder het procentteken (%). Dit zal meestal het getal 0, 9 of 21 zijn.

Kolom J: Afbeelding URLs

Een URL is de link die verwijst naar een webpagina op het internet. In kolom J plak je de URL altijd met http:// of https:// erbij. Heb je zes afbeeldingen, dan plaats je hier 6 URL's (links). Tussen de URL's zet je het scheidingsteken | (zonder spatie). Bijvoorbeeld:

www.scheldestore.nl/afbeelding01|www.scheldestore.online/afbeelding02|etc.

Voordat we een aantal opties toelichten om de URL van een afbeelding te verzamelen, hierbij nog een aantal tips:

- o Producten met 4 tot 6 afbeeldingen doen het online het beste. Een plaatje zegt meer dan 1000 woorden, dus denk goed na over de vragen die een klant kan hebben of welk gevoel je wilt oproepen. Probeer dit in beeld te brengen.

- o De eerste afbeelding is een duidelijke productfoto waarop voldoende informatie te zien is.
- o Je kunt bij de laatste foto('s) een sfeerimpressie laten zien. In het geval van de rode jurk, kun je bijvoorbeeld een dame fotograferen die deze jurk draagt tijdens een receptie.

Er zijn verschillende manieren om de URL op te zoeken:

1. Je hebt de URL van de leverancier ontvangen

Het voordeel hiervan is dat de kwaliteit van de afbeelding uitstekend is, en dat je copyright hebt (er zijn geen wettelijke beperkingen om de afbeelding te gebruiken).

2. Je maakt eigen foto's van je producten

Dit doe je bijvoorbeeld als je zelf producten maakt of een eigen stijl aan je foto's wilt geven. Let hierbij wel op de vereiste kwaliteit:

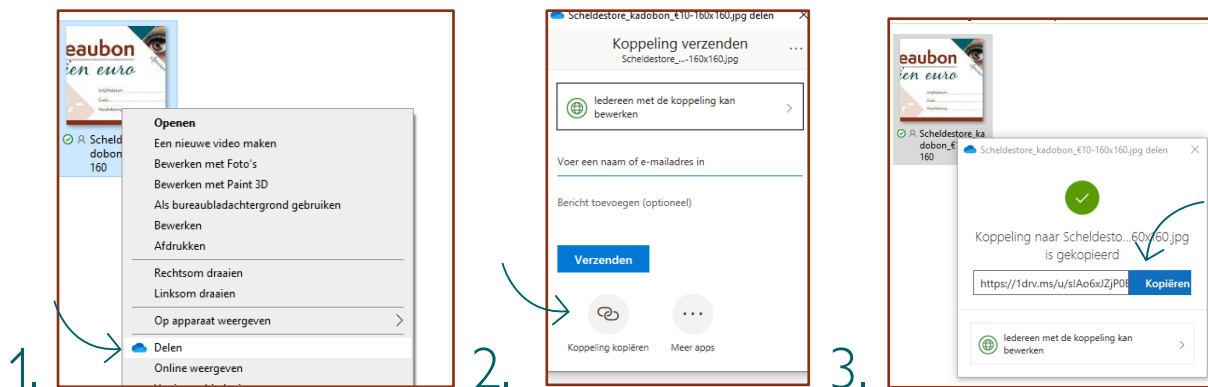
- o Bestandsformaat: Het bedrijfslogo ontvangen wij graag in .png formaat. Alle andere foto's kunnen ook in .jpg of .jpeg formaat worden aangeleverd.
- o Maatvoering: De foto's dienen zo groot mogelijk te zijn, maar niet groter dan 6 mb. Ons systeem zal de foto automatisch verkleinen naar de juiste formaten.
- o Fotokwaliteit: Onbeschadigd, in kleur, actueel, scherp en gedetailleerd, met voldoende contrast.
- o Achtergrond: Wit, egaal en éénkleurig (waar mogelijk).
- o Houding en uitdrukking: We willen graag kwaliteit, verzorgdheid, positiviteit en professionaliteit uitdragen. Wij vragen u daarom hierop te letten bij het maken of selecteren van de foto's.
- o Belichting: Dit is vooral van belang bij productfoto's. Belichting dient gelijkmatig te zijn, dus geen onder- of overbelichting. Geen overbodige schaduw op het product of in de achtergrond, en geen reflectie door accessoires.
- o Positionering: De producten op foto's dienen volledig en gecentreerd te worden afgebeeld. Sfeerfoto's, zoals van uw dienst, team en bedrijfspand, kunnen een afwijkende positionering hebben mits dit de sfeer van de foto ten goede komt.

Tip:

Via [deze link](#) vind je hoe je eenvoudig en goedkoop toch mooie foto's kunt maken

Je kunt de eigen foto's via het beheerpaneel handmatig uploaden. Een andere optie is om de afbeeldingen op bijvoorbeeld Dropbox of Google Drive te plaatsen. Daar kan je een publieke URL kopiëren (een URL waar je niet bij in hoeft te loggen). Dit doe je zo:

- ✓ Ga naar Google drive
- ✓ Rechtermuisknop op de afbeelding
- ✓ Delen
- ✓ Klik op: Koppeling kopiëren



Laat je de foto's liever maken door een fotograaf? Leg dan wel vast wie de rechten bezit.

3. Je zoekt de foto's op het internet

Deze optie heeft niet onze voorkeur, omdat je te maken hebt met auteursrechten. Onderzoek dus altijd goed of je de foto's mag gebruiken, of vraag het na bij de website. Mocht je wel toestemming hebben, dan kun je op de volgende manier de URL kopiëren en in het Excelbestand plakken:

- Selecteer de juiste afbeelding
- Rechtermuisknop op afbeelding
- Klik op: Adres van afbeelding kopiëren (Of: link van afbeelding kopiëren)
- Plak de URL in de juiste cel in kolom I van je Excelbestand.

Kolom K: Is standaard variant

Misschien heb je meerdere varianten van een bepaald product in je webshop. Bijvoorbeeld verschillende kleuren, maten, uitvoeringen, hoeveelheden of andere productkenmerken. Dit heb je in Kolom A aangegeven met een cijfer. Alle producten met hetzelfde cijfer in kolom A, horen bij elkaar.

In deze kolom kun je aangeven welke van deze producten de standaard variant is. Dit kan de bestseller zijn, de goedkoopste variant, of een ander product die je wilt tonen op de algemene productenpagina. Als op dit product wordt geklikt, kunnen klanten op de specifieke productpagina de andere producten selecteren in het selectiemenu (dropdown menu). Bijvoorbeeld het selecteren van een andere maat of kleur.

Bij de standaard variant zet je hier een '1'. De overige producten krijgen een '0'. Producten waarvan je slechts één variant in je assortiment hebt, krijgen ook het cijfer 1.

Kolom L: Attributen

Deze kolom bepaalt hoe productvarianten van een product van elkaar variëren. In ons voorbeeld van de rode jurk, hebben we deze in verschillende kleuren en maten in ons assortiment. De attributen zijn dus kleur en maat. De halslijn is geen attribuut, want deze is bij alle jurken hetzelfde.

Het is een vrij veld. Je kunt hier zelf attributen plaatsen die voor jouw product relevant zijn. Denk aan Lengte, Breedte, Hoogte, Maat, Kleur, Formaat, Gewicht, Smaak, Geur, Garantie, Installatie, etc. Let op dat je bij producten die gebundeld zijn door kolom A, overall dezelfde attributen gebruikt. Je kunt deze kopiëren en plakken bij alle productvarianten.

Het scheidingsteken | zet je tussen de verschillende attributen (zonder spatie).

Kolom M: Attribuutwaarden

De attribuutwaarden zet je in dezelfde volgorde als de attributen (en zonder spatie). Bijvoorbeeld:

Attributen	Attribuutwaarden
Maat Kleur Halslijn	S Rood V-hals
Maat Kleur Halslijn	S Geel rond

Kolom N: Voorraad

Heb je het product op voorraad? Dit zijn de mogelijke opties om je voorraad aan te geven:

Ja/Nee
J/N
Yes/No
Y/N
1/0

Een aantal, waarbij > 0 betekent dat het in voorraad is.

Kolom O: Prijs incl. BTW

Let op dat je een punt gebruikt in plaats van een komma, en geen euroteken. Bijvoorbeeld:

12.99
895.95
1449.99

Kolom P: Levertermijn

Dit veld is optioneel. Heb je het product standaard beschikbaar, en kan het dezelfde dag of volgende ochtend nog bij je worden opgehaald? Dan hoeft je deze cel niet in te vullen.

Heb je een afwijkende levertijd, bijvoorbeeld omdat je het product op maat moet maken of standaard moet nabestellen? Dan kun je hier aangeven wat de levertermijn is. Bijvoorbeeld: 3 – 5 werkdagen, 10 werkdagen of 2 maanden.

Per product ziet de klant deze tekst op de website bij jouw product.

Leveringsvoorwaarden

✓ **Voor 16.00 uur besteld, morgen in huis.**

✓ **Verzendkosten slechts €2,95**

Leveringsvoorwaarden

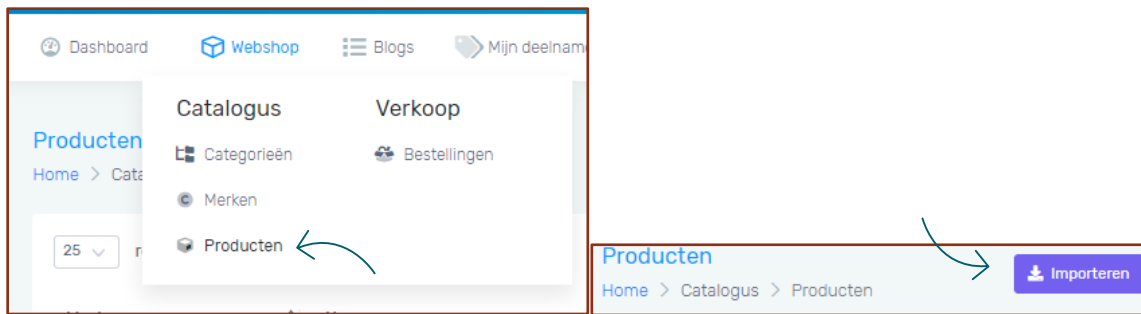
✓ **3 - 5 werkdagen**

✓ **Verzendkosten slechts €2,95**

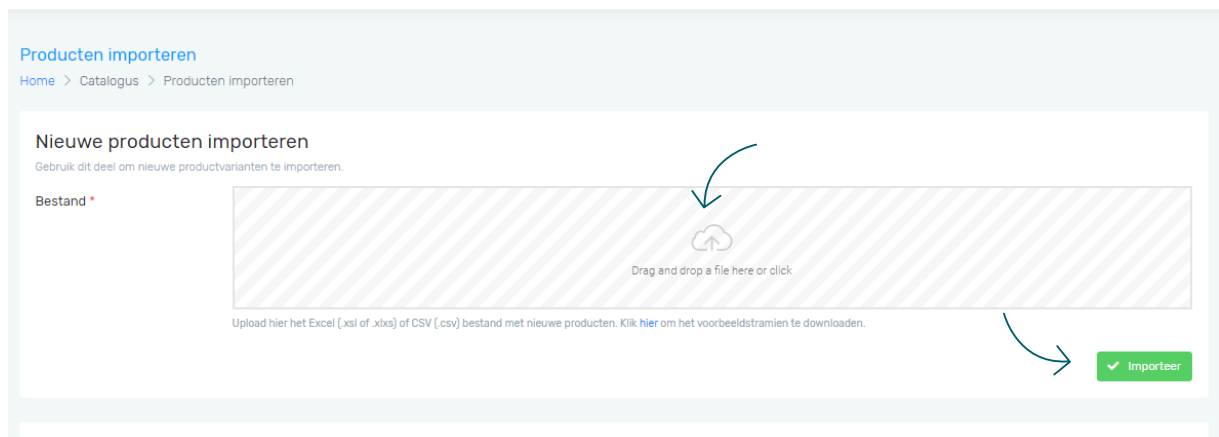
1.3 Nieuwe producten uploaden in webshop

Staan alle nieuwe producten in het Excel bestand? Dan sla je het bestand op in de daarvoor bestemde map op je computer.

In je beheerpaneel ga je naar Webshop > Producten > Importeren



Je kunt vervolgens het bestand verslepen in het daarvoor bestemde vlak, of hierop klikken en bladeren naar je Excel bestand. Druk vervolgens op 'Importeer'.



Hoera!

Je nieuwe producten zijn toegevoegd aan je online assortiment

Wij krijgen hiervan een melding, zodat we de producten kunnen controleren en de juiste filters kunnen toevoegen.